

6

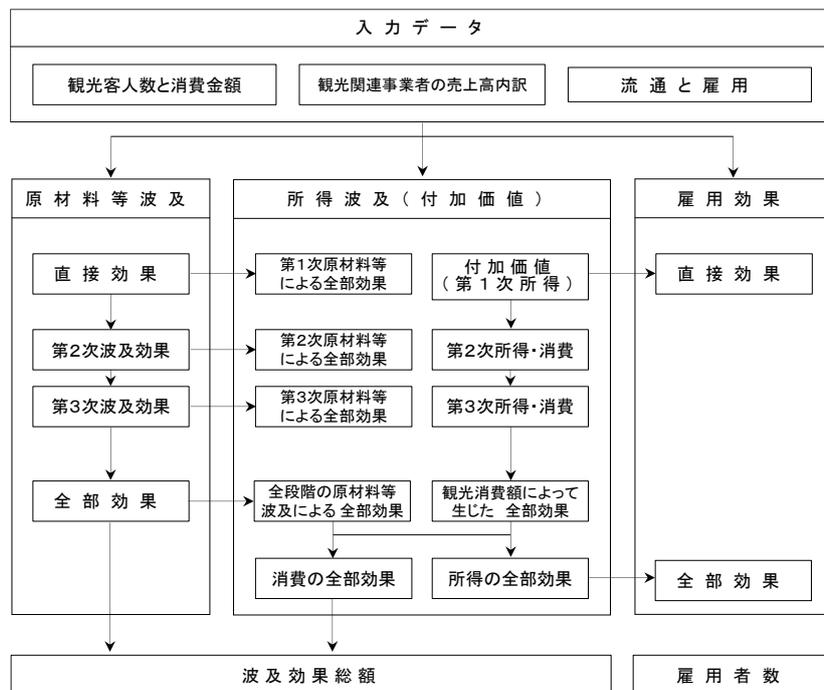
彦根市観光の課題に関する一考察
～訪問地点数増加に伴う経済波及効果～

滋賀大学 経済学部 教授 得田 雅章

1. はじめに

本論は、2019年に彦根市(滋賀県)より受託した「彦根市観光に関する経済効果測定調査」から得られた諸課題について、いくつかの試算を元に定量的に考察することを目的とする。試算に必要な各種指標およびパラメータについては「2019年彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書(彦根市)」(以下、報告書と略する)を参照する。報告書より、i)観光客アンケート調査による直接効果としての観光消費額の推計値、ii)事業所アンケート調査およびヒアリングによる売上の内訳および彦根市内調達率の設定値、を援用した上で彦根城外周の周遊観光による滞在時間の延長と、そのことに伴う訪問地点数が増加した場合の経済波及効果を推計(試算)する。なお、経済波及効果の分析手法は、得田(2019)で詳述した観光消費調査推計支援システムを基礎とする乗数理論に従う(イメージ図1)。以下では、まず報告書の概要および意義を紹介する。次にシナリオを設定して試算を行い、結果を考察する。

図1 経済波及効果全体像イメージ



2. 報告書の概要と意義

観光消費による波及効果の推計を伴う経済効果測定調査は、2007年に実施された「彦根城築城400年祭 経済効果測定調査」以来、2019年にかけてほぼ毎年実施されてきた(2014・15年は非実施)彦根市からの委託研究である。2019年の調査は通算11回目の調査にあたる。暦年(1月～12月)の調査結果に波及推計まで加えたうえで、その翌年の3月に公表する本報告書は、速報性において全国的に類をみない。また、同種の調査をほぼ毎年に取り替えて実施していることも、人口11万人の中規模市としてはめずらしく、滋賀県内では本市のみである。それゆえ、行政サイドにとっては交通・観光関連施設整備等の観光都市整備のための1次資料として、民間事業者にとっては需要予測を行うための、そして一般市民にとっては市の観光施策の現状を知るうえで有益な資料となることが期待される。

報告書掲載の主要調査結果は下の表 1 にまとめられる。2019 年は、大幅に落ち込んだ前年からの反動増がみられたものの、年後半の天候不順が響き、総じて観光事業は平年並みとなった。彦根の代表的観光スポットである城山公園(彦根城を含む)の入園者数は、前年調査比で 4 万人増、率にして 5%の増加を記録した。また、普通車の駐車台数は、前年調査比で 9 千台増(4%増)、大型車では 4 百台増(7%増)といずれも増加した。一方で、彦根城博物館の入館者数は臨時休館日の影響もあり 9 千人減(7%減)だったのに対して、同玄宮園の入園者数は 2 万人増加(7%増)した。

観光客の入込客数は 315 万人であり、対前年比 8 万人増(3%増)であった。これを 1 人あたり訪問地点数で割った観光客実人数は 217 万人(5%増)であった。1 人あたり観光消費額では、宿泊客が前年とほぼ同額、日帰り客では 2%の微減となった。結果として、観光消費総額は 161 億円(3 億円増)であり、経済波及効果は 296 億円(2 億円増)と前年よりわずかに増加した。

表 1 主要調査結果

調査回数	年	直接効果			波及効果		主要参考指標			
		観光客数 (実人数推計) (万人)	観光消費額 (億円)	うち ひこにゃん グッズ 販売額 (億円)	総額 (億円)	雇用 効果 (人)	1人あたり観光消費額		城山公園 (彦根城) 入園者数 (万人)	市内 観光 入込客数 (万人)
						日帰り 客 (円)	宿泊 客 (円)			
1	07年	243	174	17.0	338	2,872	5,184	23,308	76	406
2	08年	185	170	9.5	331	1,955	6,660	29,554	65	333
3	09年	210	108	7.8	211	1,200	3,741	20,576	72	323
4	10年	211	120	8.5	228	1,129	4,061	19,517	73	344
5	11年	228	143	7.8	271	1,324	4,141	20,408	83	364
6	12年	204	137	9.0	258	1,309	4,393	20,260	72	332
7	13年	206	141	8.0	266	1,304	4,332	21,499	74	319
・	14年	調 査 非 実 施					調 査 非 実 施		74	301
・	15年	調 査 非 実 施					調 査 非 実 施		79	321
8	16年	226	166	7.2	313	1,302	4,273	22,117	79	326
9	17年	237	197	8.8	362	1,429	5,429	21,871	84	342
10	18年	206	158	7.5	294	1,290	4,305	19,549	73	307
	19年	217	161	9.0	296	1,273	4,203	19,480	77	315
11	前年差	11	3	1.5	2	▲ 18	▲ 102	▲ 69	4	8
	前年比	5%	2%	21%	1%	-1%	-2%	0%	5%	3%

※2007年のみ「彦根城築城400年祭」開催期間(250日)の経済効果を測定した数値となっている。

観光消費総額の増加に対して経済波及効果が抑制的だったのは、1.86 から 1.84 へと低下した乗数から明らかだ(報告書 p.18)。その一因として原材料の市内調達低下が挙げられる。経済センサス(総務省統計局)によると、2009年から2016年の7年間で市内事業所数が169社減少(-3.4%)している(表2)。卸・小売業に限ると143社の減少(-10.3%)だ。事業所アンケートからは、地元から調達したくても選択肢がない、あるいは市外と比べて極端に高いため調達できないという悲痛な意見が多かった。波及効果拡大のための観光産業振興には、直接的な観光事業のみならず、それを支える幅広い一般産業の維持ひいては市勢の維持が要諦となろう。

観光客アンケートからは、今年も彦根市観光動態として普遍的なものが確認できた。すなわち、彦根の観光客像というのが、家族あるいは友人知人といった二人連れの日帰り個人旅行者であり【アンケート問 1、問 3】、自家用車で来訪しているということだ【問 5】。訪問する観光スポットは「彦根城」と「キャッスルロード」の2地点に限られていた。すなわち、「彦根城域を散策した後、キャッスルロードを行って戻ってくる」という直線的かつ発展性の乏しい観光ルートに留まっていることが例年同様に確認された。

表 2 市内事業所数

事業所数	2009年		2016年	
	数	比率	数	比率
うち宿泊業	48	1.0%	47	1.0%
うち飲食業	614	12.2%	592	12.2%
うち卸売業	298	5.9%	268	5.5%
うち小売業	1,096	21.9%	983	20.3%
うち旅行・娯楽業	56	1.1%	58	1.2%

経済センサスより

観光後の感想としては、【問 11】より「落ち着いた」、「静かな」、「きれいな」街並みであり好印象を抱いたという割合が前年同様に高く、ガイド・店員・職員・住民の人柄や対応に関する好印象及び感謝の意見が目立った。また、彦根市の“顔”ともなっているゆるキャラ「ひこにゃん」が、弱含みながらも一定の存在感を示していることが確認できた。

一方で、【問 11】からは課題についても多く寄せられた。高齢者向けに一層のバリアフリーを図ってほしいという要望や、手すりの設置を求める意見が多かった。また、イベント時のトイレやコインロッカー増設を求める意見が散見された。道路・交通面からは、移動手段としてのバス便の充実を求める意見が多かった。

報告書は彦根観光の現状を映す鏡であると同時に、美点や課題を浮き彫りにし、関係者の意識共有を促進させるための資料でもある。今回の調査結果をふまえ、組織体制作り・環境整備・施策展開を強力に推進していくことで、より望ましい「彦根観光地づくり」に繋がることを期待したい。

3. 彦根城堀外周の観光周遊化

彦根市最大の観光スポットである彦根城を頂く城山公園には、2019年に77万人の観光客が訪れた。この数字は過去12年間のほぼ平均値(報告書 p.5)であったと同時に、国宝五城の入城者数(入場者数・観光客数)では第3位に相当する(表3)。第1位は2015年に平成の大修理が完了した姫路城の159万人(2018年度)であり、倍以上の圧倒的集客力を示している。もともと、この入込数は平成の大修理・リニューアル効果によるものであると考えられ、2015年以降は減少傾向となっている。修理前21年間の平均は年89万人程度であったことを鑑みれば、観光施策によっては十分キャッチアップが可能な水準といえるだろう¹。

表 3 国宝五城の年間入場者数

	松本城	犬山城	彦根城	姫路城	松江城
2014年	879,443	527,331	741,552	919,000	376,825
2015年	927,055	546,963	786,109	2,867,051	494,189
2016年	989,258	543,683	785,335	2,112,189	521,778
2017年	921,199	597,702	836,719	1,824,703	463,066
2018年	887,707	614,499	726,851	1,589,765	418,010

(データ出所) 各市観光統計

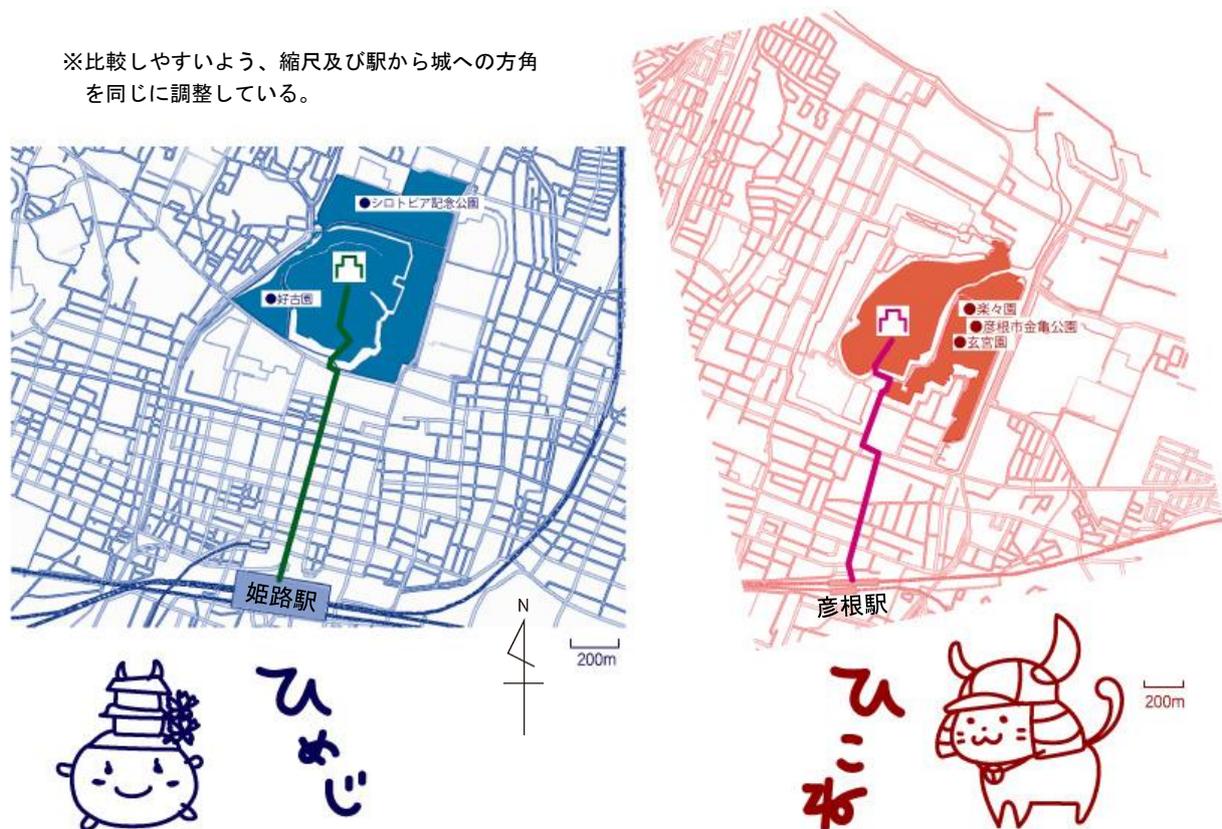
※1 松本・彦根・松江城は暦年統計、犬山・姫路城は年度統計

※2 姫路城の2014年は平成の大修理期間にあたる

¹ 実際、彦根城築城400年祭が催された2007年は88万人を記録した。

もう少し、姫路城との比較を続けよう。彦根・姫路城共に最寄駅からの徒歩アクセスに大きな差は見られない(図2)。最寄駅から城を頂く公園までは、いずれも道程は平坦で約1.0kmとなっている(徒歩20分弱)。また、姫路公園区域が68.1ha²に対して彦根城の金亀公園は59.7ha³であり1割強広いにすぎない。JR在来線1線と私鉄1線しか乗り入れていない彦根駅と、JR在来線3線および私鉄1線に加え新幹線も乗り入れている姫路駅では駅規模が大きく異なるが、京都・名古屋そして東京といった大都市には彦根の方がより近い。隣駅には新幹線停車駅である米原駅もある。最適な観光客規模には議論があろうが、観光施策次第では恒常的な年間入城者数を90万人程度に底上げできるのではなかろうか。

図2 最寄駅から城公園までの徒歩アクセス



画像提供：滋賀大学経済経営研究所

ただし、「彦根城築城400年祭(2007年)」、「井伊直弼と開国150年祭(2008年~10年)」、「410年祭(2017年)⁴」のような単年度ベースの官製イベント頼みでは、終了後の反動減に苛まれるのは過去の例より明かだ。恒常的により大きな経済効果を有する観光地を目指すのであれば、幅広い分野での一層の市民や企業の理解、そして地道な努力が求められる。毎年観光客アンケートの自由記述【問11】で指摘を受ける道路事情もその一つだ。米原駅からのアクセス改善による遠方新幹線客の取り込みや、高速道路ICを降りた後の道路渋滞回避⁵、使い勝手の良い駐

² 姫路市ホームページ「姫路公園のご案内」より。

³ 彦根市(2017a)p.8より。

⁴ 詳細は国宝・彦根城築城410年祭ホームページを参照のこと。

⁵ 特に、高速道彦根ICを降りた国道306号線と国道8号線が交わる「外町交差点」付近の渋滞が問題となっている。

車場整備等、公的セクターとの緊密な連携が必要となろう。そうした観光施策の一例として、以下では城山公園のお堀外周が周遊観光地として整備された場合の経済効果を検討する。

報告書【問 11】で最も多く記載されたのが、街並み・環境に関する「落ち着いた」、「静かな」、「きれいな」といった肯定的な評価だった。ただし、観光客が集中しオーバーツーリズムの様相を呈する時期や場所がある。トイレ設備等インフラへの負担やごみの増加は、長所である街並み・環境を毀損し、対応しきれないガイド・店員・住民に対する悪印象を招く恐れがある。一方で、彦根城がある城山公園を上って(見て)、すぐ次の他市町に移動するという立ち寄り・通過型観光地に甘んじている点も否めない。観光訪問地点数が日帰り・宿泊客問わず 2 地点にとどまっていることがそれを如実に裏付けている。これら課題に対処すべく、本報告書は過去に彦根城南部エリアの周遊ルートが整備された場合の経済効果を検討してきた(2008・09 年)。そこで今回は、図 3 に示すような城山公園外周エリアが周遊観光地として整備された場合の経済効果を検討する。

図 3 彦根城外周地図



彦根市 (2017b) p. 26 より筆者描画

現状、城山公園北東に隣接する金亀公園は、観光客向けというより一般市民向け施設として活用されている。そのため夜間照明や電柱・電線の存在が彦根城を望む際に障害となり、“映える”景観足り得なく、観光客の足を遠ざける一因になっていると考えられる。「彦根城」で画像検索してみても、北東方面から撮影されたものがほとんどないのは、誇るべき景観資源を無駄にしているようなものだ。夜間照明や電柱・電線を取り除くことで、新たな魅力の創造につながると期待できる(図 4)。目下、2024 年開催の国民体育大会(第 79 回)および全国障害者スポーツ大会(第 24 回)開催に伴い、城北通りを挟んだ(仮称)彦根総合運動公園と一体的に金亀公園の再整備が進められている(彦根市(2017a))。観光客とスポーツ・レクリエーション目的の一般市民とが、調和的に利用できることを期待したい。

彦根城の西には城下町景観形成地域(内町地区)が含まれ、四十九町通り、下片原町・上片原町通り、桶屋町・下本町通り、下魚屋町・上魚屋町通りといった趣のある通りが交差している(彦根市(2017b)p.26)。現状、キャッスル

ロード(京橋通り)が際立って注目されているが、周遊ルートが整備されれば、上記各通りも観光資源として一層の活用が見込まれる。

図4 北東方面から撮影した彦根城

現状



2019年10月23日筆者撮影

電柱・照明塔撤去イメージ



画像提供 滋賀大学経済経営研究所

一方、彦根城の北西部も城下町景観形成地域(内町地区)であるものの、現状は住宅地・大学・ショッピングモールが立地し、観光客には縁遠いエリアとなっている。車両通行量の多い幹線道路(さざなみ街道)も含まれるので、周遊ルート整備には最もネックになるエリアといえるが、場所によっては西の丸三重櫓が映える箇所も存在するので観光活用の潜在性は決して低くないだろう。残念なことに、山崎郭跡周辺のお堀および遊歩道は、観光シーズン(秋)であっても雑草が生い茂る観光地として不適な状況となっている(図5)。外周を全周にわたって整備することは、これまで以上に除草作業エリア・頻度共に公費負担が上乘せされることにも留意せねばならない。

図5 お堀・遊歩道に繁茂する雑草



山崎郭周辺、2019年10月24日筆者撮影

4. 試算シナリオの設定

経済波及効果推計値は、報告書 p.23 に掲載されている各種指標の入力情報をベースにした推計支援システムを援用したものである。これら情報を得るために、観光客・事業所アンケートの実施や関係各所へのヒアリング、または公開されている各種マクロデータや資料を参照した。加えて、観光施策や環境変化の実現を想定して入力情報に織

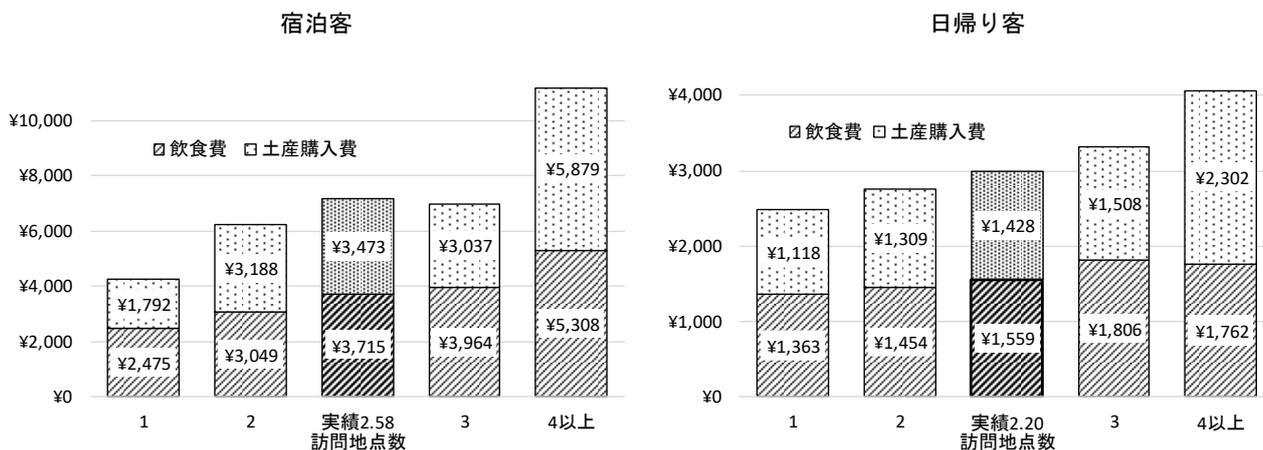
り込み、起こり得る変化を“試算”できるというのもこのシステムの利点である。そこで前節での考察に沿うように、彦根城外周の周遊による滞在時間の延長と、そのことに伴う訪問地点数が増加した場合の経済波及効果を試算する。シナリオとして以下の4つを用意した。

- ・シナリオ A 飲食・土産購入費の増加
- ・シナリオ B 飲食・土産購入費の増加 & 宿泊比率上昇
- ・シナリオ C 飲食・土産購入費の増加 & 観光客実人数増(松本城並)
- ・シナリオ D 飲食・土産購入費の増加 & 観光客実人数増(姫路城並)

<シナリオ A>

周遊観光が普及・定着した場合の変化として、滞在時間の延長とそのことに伴う訪問地点数の増加が見込まれる。報告書観光客アンケート【問9】より、日帰り客は平均で2.20地点を訪問し、宿泊客では2.58地点だった。これを訪問地点数毎の1人あたり飲食・土産購入額としてまとめたのが図6である。

図6 訪問地点数毎の飲食・土産購入額

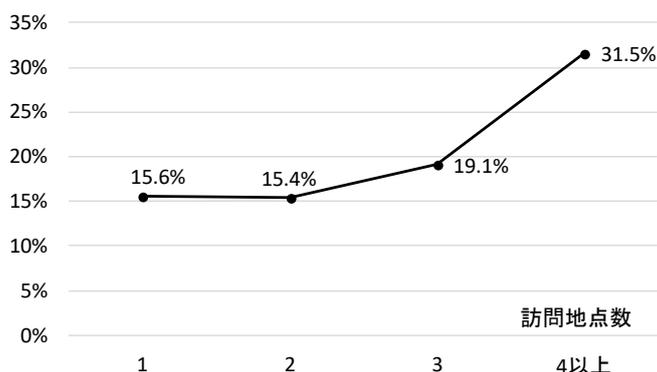


宿泊客・日帰り客共に、訪問地点数の増加につれて観光消費額が増えていることがわかる。4地点を超えると消費額が大幅に増加し、宿泊客では飲食費で1,593円、土産購入費では2,406円が実績額に上乗せされる。日帰り客では飲食費で203円、土産購入費では874円が実績額に上乗せされる。そこでシナリオAとして、4地点以上訪問する観光客の水準まで飲食・土産購入費が増加した場合に、観光消費額および経済波及効果にどの程度影響があるか試算する。なお、他の費目は実績値をそのまま利用することとする。

<シナリオ B>

訪問地点数の増加は必然的に市内滞在時間の延長につながる。そうすると日帰り観光客の一部は宿泊客に切り替わることが期待できる。図7から、4地点を超えると宿泊割合は大きく上昇し3割を超えることがわかる。そこでシナリオBとして、シナリオAの設定に加え宿泊比率が31.5%にアップした場合を試算する。

図 7 訪問地点数毎の宿泊客割合



<シナリオ C・D>

訪問地点数が増え観光客が分散することで、特定のエリアに観光客が密集するオーバーツーリズムを回避できる。それにより、さらに多くの観光客を呼び込む余地が生まれる。図表 1 より、直近で入城者数第二位の松本城は彦根城の約 1.2 倍の入城者数となっている。そこで飲食・土産購入費の増加に加え、単純に宿泊・日帰り客の実人数もそれぞれ 1.2 倍したものをシナリオ C とする。同様に、姫路城は彦根城の約 2.2 倍もの入城者数となっている。そこで飲食・土産購入費の増加に加え、宿泊・日帰り客の実人数を 2.2 倍したものをシナリオ D として試算する。

5. 試算結果とまとめ

上記 4 つのシナリオに基づいて行なった試算結果を概説する。各シナリオの具体的な数値については、試算結果一覧(表 4)を参照されたい。実績値と異なる想定値には網掛けがなされ白抜き文字となっている。ベースラインは 2019 年の実績値であり、報告書 p.14~p.23 の各指標を再掲したものとなっている。

シナリオ A では、訪問地点数が増えることによる飲食・土産購入費の増額を反映した数値となっている。これにより観光消費総額が 37 億円上積みされ 198 億円に、さらに波及総額では 60 億円上積みされ 357 億円と試算された。施策効果の実感が掴みにくいため、彦根市第 3 次(サービス)産業総生産(2016 年度)の約 3 千億円⁶と比べると、この成果は 2.0%の押し上げに相当する規模といえる。また、雇用については、211 人分の上乗せ効果が確認された。

次に、シナリオ A の設定に加え、宿泊比率が上昇するというシナリオ B に移る。言い換えると、日帰り客のうち 22.5 万人が宿泊客となる想定だ。したがって、合計の観光客実人数が 217 万人であることは変わらない。1 人あたり観光消費額で 4.6 倍の差がある宿泊客にコンバートする経済的影響は極めて大きい。結果は、観光消費総額が 78 億円増の 239 億円となり、波及総額でみると 135 億円増の 431 億円だった。これは彦根市第 3 次産業総生産を 4.4%押し上げる規模に相当する。また、雇用については、529 人分の上乗せ効果が確認できた。これは彦根市のサービス産業に従事する労働者を 1.5%増加させる規模に相当する⁷。

シナリオ C・D では、シナリオ A の設定に加えて観光客実人数そのものの増加を想定している。松本城並の入城者数を反映したシナリオ C では、宿泊客が 50 万人、日帰り客では 200 万人を突破する。合計で 48 万人増えた 265 万人による観光経済効果の試算となる。結果は、観光消費総額が 81 億円増の 242 億円となり、波及総額でみると 139

⁶ 滋賀県ホームページ「滋賀県市町民経済計算」より、彦根市を参照した。

⁷ サービス産業労働者数は、2015 年国勢調査の彦根市 15 歳以上労働力人口に、第 3 次産業割合を乗じて求めた。

億円増の 435 億円だった。これは彦根市第 3 次産業総生産を 4.6%押し上げる規模に相当する。また、雇用については、540 人分の上乗せ効果が確認できた。これは彦根市のサービス産業に従事する労働者を 1.6%増加させる規模に相当する。偶然ではあるが、宿泊比率が上昇したシナリオ B と極めて近い経済効果が示された。

最後のシナリオ D は、姫路城並の入城者数を反映したものである。宿泊客が 100 万人を超えるため、市内宿泊施設の受け入れ許容数を超えるいくぶん非現実的な設定となっている。平日観光やオフピーク観光が奏功するとともに、さらなる宿泊施設の誘致が叶った場合と考えられよう。観光客実人数が倍増した 475 万人による観光経済効果の試算となる。結果は、観光消費総額が 272 億円増の 433 億円となり、波及総額で見ると 484 億円増の 780 億円となった。これは彦根市第 3 次産業総生産を 15.9%押し上げる規模に相当する。また、雇用については、1,973 人分の上乗せ効果が確認できた。これは彦根市のサービス産業に従事する労働者を 5.7%増加させる規模に相当する。これらの数値は本格的に「観光立市彦根」として全国に周知された場合の成果といえるだろう。

以上の試算は、今回の調査で得られた各種データの傾向を元に、より望ましい観光施策が達成された場合の経済的効果を検証したものであった。どのシナリオも、そうやすやすと実現しそうにない値を設定したが、観光庁(2016)も「訪日外国人旅行者を 4000 万人に」という厳しいビジョンを打ち出している。東京オリンピック・パラリンピック(2020 年 7 月～9 月)を目前に控え、その先には大阪・関西万博(2025 年)も予定されている。彦根観光も一層野心的な目標を打ち立ててもよいのではないだろうか。9 月には近江八幡市と彦根市で、貴重な建物の保存と活用を目的とした“BIWAKO ビエンナーレ 2020⁸”が開催される。予定されている各種イベント、美術展、ワークショップ等が、潜在的観光需要の掘り起こしに寄与することを期待したい。

締めくくりとして危急の懸念材料も挙げておく。2020 年年初から世間の耳目を集めている新型コロナウイルス(COVID-19)による経済活動停滞の影響は確実であり、少なくとも上半期中は甚大なものとなるだろう。もっとも、ウイルス騒動はいつか収束し、国民や来訪外国人に再び観光を楽しむゆとりが生まれる時期は必ず来る。その際に、どれだけ高い経済効果を求めることができるか、そして持続可能な彦根観光ビジョンとはどのようなものか。危機に際して、じっくり考え備えるべき時なのかもしれない。

【本稿執筆は 2020 年 3 月 17 日時点のもので、オリンピック延期や外出自粛が要請される以前のものです。】

⁸ 詳細は、BIWAKO ビエンナーレ 2020 ホームページを参照のこと。

表4 試算結果一覧

ベースライン 2019年実績

		宿泊客	日帰り客
観光1 消費あたり 内訳	交通費	¥1,206	¥588
	宿泊費	¥10,352	¥0
	飲食費	¥3,715	¥1,559
	土産購入	¥3,473	¥1,428
	その他	¥734	¥629
	合計	¥19,480	¥4,203
観光客実人数		459千人	1,711千人
市内宿泊率		21.2%	
観光消費総額(百万円)		16,134	
波及総額(百万円)		29,616	
雇用者総数(人)		1,273	

- ※1 白抜き数字の部分をシナリオに基づき、ベースラインから変更して試算を行っている。
 ※2 「増分」は全てベースライン（2019年調査実績値）との比較を示している。

各種シナリオ

		<シナリオA> 訪問地点数増		<シナリオB> 訪問地点数増 宿泊比率上昇		<シナリオC> 訪問地点数増 観光客数増(松本城並)		<シナリオD> 訪問地点数増 観光客数増(姫路城並)		
		宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	
設定値	観光1 消費あたり 内訳	交通費	¥1,206	¥588	¥1,206	¥588	¥1,206	¥588	¥1,206	¥588
		宿泊費	¥10,352	¥0	¥10,352	¥0	¥10,352	¥0	¥10,352	¥0
		飲食費	¥5,308	¥1,762	¥5,308	¥1,762	¥5,308	¥1,762	¥5,308	¥1,762
		土産購入	¥5,879	¥2,302	¥5,879	¥2,302	¥5,879	¥2,302	¥5,879	¥2,302
		その他	¥734	¥629	¥734	¥629	¥734	¥629	¥734	¥629
		合計	¥23,479	¥5,280	¥23,479	¥5,280	¥23,479	¥5,280	¥23,479	¥5,280
観光客実人数		459千人	1,711千人	684千人	1,486千人	561千人	2,090千人	1,004千人	3,743千人	
市内宿泊率		21.2%		31.5%		21.2%		21.2%		
試算結果	観光消費総額(百万円)	19,812		23,902		24,197		43,333		
	増分(百万円)	3,678		7,768		8,062		27,199		
	波及総額(百万円)	35,654		43,139		43,544		77,981		
	増分(百万円)	6,038		13,523		13,928		48,366		
	第3次産業押し上げ効果	2.0%		4.4%		4.6%		15.9%		
	雇用者総数(人)	1,484		1,802		1,812		3,246		
増分(人)		211		529		540		1,973		

参考文献・ウェブ資料(2020年3月12日アクセス)

- ◆ 石井良一・得田雅章(2020)『2019年彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、pp.1-91
(報告書は過去のものを含めて彦根市ホームページ <https://www.city.hikone.lg.jp/kanko/ibento/5344.html> よりダウンロード可(2020年3月12日アクセス))
- ◆ 観光庁(2016)『明日の日本を支える 観光ビジョン—世界が訪れたい日本へ—』 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議、pp.1-26
- ◆ 得田雅章(2019)「経済波及効果推計に用いる乗数モデル～彦根市観光を念頭に～」『滋賀大学経済学会 彦根論叢』No.421、pp.22-34
- ◆ 彦根市編(2017a)『金亀公園再整備基本計画』、彦根市、pp.1-69
- ◆ —————(2017b)『彦根市景観計画』、彦根市、pp.1-31

- ◆ 国宝・彦根城築城410年祭ホームページ <http://hikone-410th.com/>
- ◆ 滋賀県ホームページ「滋賀県市町民経済計算」
<https://www.pref.shiga.lg.jp/kensei/tokei/sonota/305307/305342.html>
- ◆ 姫路市ホームページ「姫路公園のご案内」<https://www.city.himeji.lg.jp/kanko/0000004631.html>
- ◆ BIWAKO ビエンナーレホームページ <https://energyfield.org/biwakobiennale/>

補論 波及効果の推計法について(ベースラインを例に)⁹

■ 2019年彦根市観光関連観光客数と観光消費額

彦根市観光関連の観光消費額は、

$$\text{観光消費額} = \text{宿泊客観光消費額} + \text{日帰り客観光消費額}$$

と定義する。ここで、

$$\begin{aligned} \text{宿泊客観光消費額} &= \text{宿泊客1人あたり観光消費額} \times \text{宿泊観光客数(実人数)} \\ \text{日帰り客観光消費額} &= \text{日帰り客1人あたり観光消費額} \times \text{日帰り観光客数(実人数)} \end{aligned}$$

である。

宿泊観光客数(実人数)は、報告書の観光客アンケート問2よりほぼ1泊であることから、滋賀県観光入込統計の宿泊客数をそのまま用いた。日帰り観光客数(実人数)については、日帰り観光客数(延べ人数)を1人あたり訪問地点数で除すことで求めた。

$$\text{日帰り観光客数(実人数)} = \text{日帰り観光客数(延べ人数)} \div \text{1人あたり訪問地点数}$$

結果、宿泊客観光消費額が8,941百万円、日帰り客観光消費額が7,193百万円と推計された。よって、観光消費額は161億円と推計される。

■ 観光消費がもたらす波及効果

【原材料等波及効果】

観光消費額(161億円)が各企業の原材料調達に及ぼした金額を以下に示す。観光消費額から、売上原価・営業経費(この2つを原材料等とする)相当分を抽出し、これに彦根市内調達率をかけたものが原材料等直接効果(第1次波及効果)(5,173百万円)となる¹⁰。

$$\text{原材料等直接効果(第1次波及効果)} = \text{原材料等相当額} \times \text{彦根市内調達率}$$

更に、この5,173百万円分の資材を提供した事業所にも、原材料等率および彦根市内調達率をかけた1,755百万円の(第2次)原材料調達が発生する。このように、はじめの観光消費額が連続した原材料調達へとつながっていったものが原材料等波及効果となる。

$$\text{第n次原材料等波及効果} = \text{n-1次原材料等波及効果} \times \text{原材料等比率} \times \text{彦根市内調達率}$$

原材料等波及効果は、第2次、第3次、…、第n次とつながり、それら全ての波及効果を総計したものが原材料等波及の全部効果であり、合計7,829百万円となった。

【所得波及効果】

(所得増加分から生じる所得波及効果)

観光消費額から原材料等をひいたもの(所得増加分)が、観光消費によって観光関連5業種において生じた付加価値となる。これに彦根市内調達率をかけたものが彦根市の観光消費による第1次所得(付加価値)であり、4,739百万円と算出された。

⁹ 詳細は報告書を参照のこと。

¹⁰ 実際は観光5業種(飲食業、宿泊業、交通・運輸業、土産販売業、観光施設業)に分けて計算している(所得波及効果も同じ)。

$$\text{第1次所得効果} = \text{付加価値相当額} \times \text{彦根市内調達率}$$

この所得も何割かは新たな消費へと充てられていくため、第1次に留まるのではなく、第2次、第3次へと波及する。消費は、新たな事業者の所得を発生させ、また新たな消費へとつながっていく。なお、新たな消費は以下のケインズ型消費関数に基づき導出した。

$$\text{第}n\text{次消費効果} = \text{第}n-1\text{次所得効果} \times \text{限界消費性向} \times \text{彦根市内消費率}$$

こうして消費→所得→所得増加による消費の増加→増加した消費による所得増加→…といった連鎖を辿っていくことで、第2次、第3次といった所得・消費波及が算出できる。観光消費額によって生じた所得の全部効果は5,648百万円であり、観光消費額によって生じた消費の全部効果は4,152百万円であった。

(原材料等波及効果から生じる所得波及効果)

所得波及は第2次、第3次といった各段階の原材料等波及効果からも発生する。というのは、原材料等波及効果の各段階において、原材料等費と同時に、所得増加分も発生するからである。所得増加分から生じる所得波及効果と同様、原材料等波及の各段階で生じた所得に付加価値率および彦根市内調達率をかけて所得効果を算出し、その所得に限界消費性向および市内消費率をかけて消費効果を算出する。これらの波及の総計が、全段階の原材料等波及効果による所得の全部効果(2,043百万円)であり、全段階の原材料等波及効果による消費の全部効果(1,501百万円)である。

所得増加分から生じる波及効果(所得・消費)と原材料等波及効果から生じる波及効果(所得・消費)を合算させた結果、所得の全部効果が7,689百万円、消費の全部効果が5,653百万円となった。

【雇用効果】

雇用の直接効果は、観光消費によって生じる人件費相当額(3,863百万円)から、以下の式により雇用可能な人数を算出し、雇用吸収力として示している。

$$\text{雇用者数} = \text{人件費相当額} \div \text{平均所得} \div \text{地域補正}$$

上記式より、雇用の直接効果を960人と推計できた。さらに、波及効果による雇用者数は、

$$\text{人件費相当額} = \text{所得の全部効果} \times \text{所得に占める人件費割合}$$

の式により人件費相当額を算出した後、前出と同様に算出した結果、313人となった。

これらの効果を総合すると、観光客の消費総額161億円のうち、直接効果として彦根市内に留まる額は9,036百万円と推計される(原材料等直接効果+人件費相当額)。また、観光産業における雇用者数は、960人、生じた付加価値は4,739百万円と推計される。

さらに、この直接効果をもととして、彦根市内にもたらされる生産波及効果の総額は、13,482百万円と推計される(原材料等波及の全部効果+消費の全部効果)。また、これによる雇用効果は313人と推計される。

以上より、観光客の消費によって彦根市内にもたらされた経済波及効果の総額は29,616百万円となり、その乗数効果は1.84となる。また、それによって生じた雇用者数は1,273人と推計される。

■波及効果の推計を行うための各種指標の入力情報一覧（ベースラインを例に）

□観光消費総額 (千円)

観光消費の総額	
飲食費	4,373,128
宿泊費	4,751,480
交通費	1,558,987
土産品購入	4,037,575
現地ツアー、入場料など	1,412,893
総額	16,134,063

シナリオに応じて
変更させる箇所

□収支構造(対売上高比率)

	売上原価率	営業経費率	人件費率	その他率	営業利益率
飲食業	37%	27%	29%	4%	3%
宿泊業	19%	37%	31%	10%	4%
交通・運輸業	34%	15%	47%	3%	2%
土産販売業	68%	15%	13%	2%	3%
観光施設業	30%	34%	28%	6%	2%
全産業	68%	8%	17%	4%	4%

□域内調達率(支払先の域内率)

	売上原価	営業経費	人件費	本社比率
飲食業	55%	71%	94%	71%
宿泊業	57%	62%	77%	55%
交通・運輸業	58%	69%	95%	78%
土産販売業	15%	64%	92%	88%
観光施設業	54%	73%	95%	83%
全産業	42%	67%	94%	85%

□その他

限界消費性向	0.84
市内消費率	88%
給与地域補正值	90%
調査対象期間	12ヶ月
域内人口	112,975人

変更させない箇所

観光客実人数	2,170,158人
うち宿泊者実人数	459,000人
うち日帰り客実人数	1,711,158人
宿泊者の消費単価	19,480円
日帰り客の消費単価	4,203円

シナリオに応じて
変更させる箇所

【波及効果イメージ ベースライン (2019年観光調査) ※単位百万円】

【波及効果イメージ】

単位百万円

